

MOTIF PEMIRSA MENONTON PROGRAM ACARA TAHAN TAWA DI
TRANS TV

(studi deskriptif tentang motif masyarakat Surabaya menonton program acara Tahan
Tawa di Trans Tv)

SKRIPSI



Oleh :

FEBY MAYA ASTARI

0843010264

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “ VETERAN ” JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

SURABAYA

2013

MOTIF PEMIRSA MENONTON ACARA TAHAN TAWA DI TRANS TV

(studi deskriptif tentang motif masyarakat Surabaya menonton program acara Tahan Tawa di
Trans Tv)

Oleh :

FEBY MAYA ASTARI

NPM. 0843010264

Telah disetujui untuk mengikhti Ujian Skripsi

PEMBIMBING

JUWITO, S.Sos, M.Si

NPT. 367049500361

Mengetahui,

DEKAN

Dra. Ec. Hj. Suparwati, Msi

NIP. 195507181983022001

MOTIF PEMIRSA MENONTON ACARA TAHAN TAWA DI TRANS TV
(studi deskriptif tentang motif masyarakat Surabaya menonton program acara
Tahan Tawa di Trans Tv)

Oleh :

FEBY MAYA ASTARI
NPM. 0843010264

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada Tanggal 31 Desember 2013

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Tim Penguji :

1. Ketua

JUWITO, S.Sos, M.Si
NPT. 367049500361

JUWITO, S.Sos, Msi
NPT. 367049500361

2. Sekretaris

Drs.Saifuddin Zuhri, Msi
NPT. 370069400351

3. Anggota

Zainal Abidin Achmad, Msi, MEd
NPT. 37305990701

Mengetahui,
DEKAN

Dra. Ec. Hj. Suparwati, Msi
NIP. 195507181983022001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga skripsi dengan judul “MOTIF PEMIRSA MENONTON PROGRAM ACARA TAHAN TAWA DI TRANS TV” (Studi Deskriptif Motif Pemirsa di Surabaya Menonton Program Acara Tahan Tawa di Trans TV) dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Juwito, S.Sos, Msi selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasihat serta motivasi kepada penulis. Dan penulis juga banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik itu berupa moril, spiritual, maupun materiil. Untuk itu penulis mebgucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto MP, Selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Juwito. S.Sos, MSi,. Selaku Dosen Pembimbing dan Ketua Jurusan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Dosen, Staf, Dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
5. Kepada Agus Listya selaku kepala seksi data di kantor dinas kependudukan Surabaya

6. Kepada Ayah dan Bunda yang selalu mendukung dan mendoakan penulis agar dapat menyelesaikan laporan praktek magang ini.
7. Seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan masukan atau kritik kepada penulis namun tidak disebutkan, penulis ucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya.

Penulis menyadari bahwa di dalam skripsi ini akan ditemukan banyak kekurangan. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya, dengan segala keterbatasan yang penulis miliki semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak umumnya dan penulis pada khususnya.

Surabaya 29 Januari 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
ABSTRAKSI	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kegunaan Penelitian	12
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Komunikasi Massa	13
2.1.2 Teori Kebutuhan	16
2.1.3 Televisi Sebagai Media Komunikasi Massa	17
2.1.4 Awal Mula dan Perkembangan Televisi Swasta	20
2.1.5 Tahan Tawa	21
2.1.6 Pemirsa Televisi Sebagai Khalayak Aktif	22
2.1.7 Motif	24
2.1.8 Teori Uses and Gratification	28

2.2	Kerangka Berfikir	32
-----	-------------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Definisi Operasional	34
3.1.1	Motif	34
3.1.2	Pengukuran Variabel	36
3.2	Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	
3.2.1	Populasi	40
3.2.2	Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	40
3.3	Teknik Pengumpulan Data	46
3.4	Teknik Analisis Data	46

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	47
4.1.1	Sejarah Perkembangan Trans Tv	48
4.1.2	Gambaran Umum Acara Tahan Tawa	49
4.2	Penyajian dan Analisis Data	50
4.2.1	Larakteristik Responden	50
4.2.2	Motif Responden	56
4.3	Pembahasan	74

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	76
5.2	Saran	77

DAFTAR PUSTAKA

ABSTRAKSI

FEBY MAYA. MOTIF PEMIRSA MENONTON PROGRAM ACARA TAHAN TAWA I TRANS TV (Studi Deskriptif Motif Pemirsa di Surabaya Menonton Program Acara Tahan Tawa di Trans TV).

Menonton program acara Tahan Tawa di Trans TV memang selalu menarik perhatian orang yang terlepas dari kejenuhan. Sebagai media hiburan, televisi menyediakan hiburan untuk pengalihan perhatian dan sarana relaksasi serta meredakan ketegangan – ketegangan sosial Program acara Tahan Tawa itu sendiri adalah sebuah tayangan yang berisikan kejahilan (keusilan) isinya berupa practical joke yang sifatnya situasi atau yang menggunakan property untuk dapat mengerjai ataupun menjebak korbannya ke dalam situasi komedi yang pada akhirnya akan mengundang tawa.

Landasan teori yang digunakan yaitu Teori Uses and Gratification dimana anggapan dasar dari teori ini menyatakan bahwa teori ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media terhadap orang. Jadi anggota khalayak dianggap aktif menggunakan media massa untuk memenuhi kebutuhannya. Penelitian ini menganalisis fenomena tersebut mengacu pada tiga motif, yaitu motif kognitif motif identitas personal, dan motif diversifikasi dengan masing – masing indikatornya.

Segmentasi dari penelitian ini adalah para pemirsa yang berusia 18 – 40 tahun bertempat tinggal di Surabaya. Penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling . teknik pengumpulan data pada tiap motif menggunakan kuesioner yang disebar ke 100 responden, dan analisis data menggunakan analisis deskriptif.

Kesimpulannya, ada tiga motif yang mendasari penonton menyaksikan acara Tahan Tawa di Trans TV, yaitu motif kognitif, motif identitas personal, dan motif diversifikasi.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah

Kehidupan manusia tidak terlepas dari ruang lingkup komunikasi. Dalam konteks manusia sebagai makhluk sosial, maka komunikasi tidak saja sebagai alat untuk melakukan kontak hubungan dengan antar individu, namun komunikasi juga merupakan alat bagi manusia untuk bertahan hidup.

Komunikasi adalah proses menyampaikan suatu pesan olehn seseorang kepada orang lain untuk menyampaikan informasi atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara langsung, lisan, maupun tidak langsung melalui media. (Effendy, 2003:5)

Dalam perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sedemikian pesat secara langsung maupun tidak langsung akan berakibat terhadap perubahan peradaban manusia. Perubahan tersebut dapat membawa ke arah positif maupun negatif. Disadari atau tidak, dengan semakin berkembangnya teknologi komunikasi yang ada, dapat digunakan oleh seorang pemasar untuk menimbulkan image dalam benak calon konsumen bahwa produk yang mereka tawarkan akan memberikan sesuatu yang lebih bagi calon konsumen tersebut.

Kehadiran media massa adalah salah satu gejala yang menandai kehidupan masyarakat modern. Memasuki penghujung dasawarsa 1990-an

masyarakat seolah-olah diserbu di setiap penjuru waktu oleh berita, hiburan atau informasi yang mengalir begitu saja dari berbagai media massa. Mulai dari media cetak, seperti surat kabar, majalah, buku, sampai media elektronik seperti televisi, radio, bahkan internet. Hampir tidak ada waktu tanpa informasi.

Perkembangan teknologi komunikasi yang sedemikian canggih dalam penggunaan teknologi dan sistem teknologi modern, membuat semakin terbukannya saluran komunikasi dalam masyarakat yang akhirnya menggiring masyarakat ke abad informasi atau Alvin Toffler dalam Muchtar (2000:86) menyebutnya sebagai “gelombang ketiga”, yaitu gelombang kemajuan teknologi informasi akan mengalami puncaknya diawal millenium ketiga yang tidak bisa dielakkan lagi. Hal ini merupakan era dimana masyarakat menjadi sangat membutuhkan media dan menimbulkan ketergantungan terhadap media.

Harold A Innis dalam Littlejohn (1996:266) mengatakan bahwa komunikasi media adalah perpanjangan dari pikiran manusia. Media massa inilah yang dapat mewakili dalam mengetahui sesuatu. Fungsi- fungsi yang dapat dijalankan oleh media massa di jaman modern ini memungkinkan anggota masyarakat dapat memenuhi semua hal (informasi, hiburan, pendidikan, dll) tanpa harus memindahkan tubuhnya kesana kemari.

Dari beberapa media massa yang ada, salah satu media yang dibutuhkan masyarakat adalah media televisi. Televisi hanyalah salah satu komponen media massa, seperti halnya surat kabar dan radio. Tetapi jika dibandingkan dengan media lain, media televisi mempunyai banyak kelebihan

karena bersifat auditif (merangsang indera pendengaran) dan kelebihan lainnya media ini mampu menampilkan gambar-gambar bergerak dari realitas empiris.

Dari semua media komunikasi yang ada televisilah yang paling berpengaruh pada kehidupan manusia. 99% orang Amerika memiliki televisi di rumahnya. Tayangan televisi mereka dijejali hiburan, berita, dan iklan. Mereka menghabiskan waktu menonton televisi sekitar tujuh jam dalam sehari (Agee, et. al. 2001:279.)

Nyaris semua karakteristik yang dimiliki oleh media massa terdapat dalam televisi. Penggunaannya oleh masyarakat bisa bermacam-macam, mulai dari sebagai instrumen untuk memperoleh hiburan, informasi, pendidikan, sosialisasi pembangunan sampai dengan sekedar menghabiskan waktu luang.

Televisi telah hadir dengan segala acaranya yang berisi pesan-pesan pilihan dari pihak produser atau pengelola stasiun televisi, sehingga khalayak dihadapkan dengan banyak pilihan program acara yang disajikan televisi. Khalayak atau pemirsa akan lebih selektif dalam menonton suatu acara yang sekiranya sesuai dengan kebutuhan. Sebagaimana yang dikatakan oleh Melvin Defleur dan Mc Andrews dalam Depari (1998:5) bahwa individu-individu sebagai anggota khalayak sasaran media menaruh perhatian kepada pesan-pesan, terutama jika berkaitan dengan kepentingannya.

Kegiatan manusia (pemirsa televisi) dalam menonton televisi merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan mereka baik berupa informasi, pendidikan maupun hiburan. Kebutuhan pemirsa yang

demikian besar pun dapat dimengerti oleh stasiun televisi sehingga semua stasiun televisi berlomba-lomba dalam memberikan acara yang menarik dan menambah acara hiburannya.

Media televisi mempunyai daya tarik lebih tinggi dibandingkan dengan radio yang sifatnya auditif (hanya dapat didengarkan), sedangkan televisi bersifat audio visual, selain dapat didengarkan juga dapat dilihat, dan segala sesuatunya berlangsung “hidup” seolah-olah khalayak berada di tempat peristiwa yang disiarkan oleh pemancar televisi itu (Effendy, 1992:94).

Munculnya media televisi dalam kehidupan manusia memang menghadirkan suatu peradaban, khususnya dalam proses komunikasi dan informasi yang bersifat massa. Globalisasi komunikasi dan informasi setiap media massa jelas melahirkan suatu efek sosial yang bermuatan perubahan nilai-nilai sosial dan budaya manusia.

Televisi sebagai media yang muncul belakangan dibanding media cetak dan radio ternyata memberikan nilai yang sangat spektakuler dalam sisi-sisi pergaulan hidup manusia saat ini. Kemampuan televisi dalam menarik perhatian massa menunjukkan bahwa media tersebut telah menguasai jarak secara geografis dan sosiologi. Televisi telah menjelma menjadi teleskop atau jendela dunia tempat kita bisa menyaksikan semua peristiwa, baik itu dibidang politik, ekonomi, pendidikan sosial, dan budaya dari luar maupun dalam negeri.

Daya tarik media televisi begitu besar, sehingga pola-pola kehidupan rutinitas manusia setelah adanya televisi berubah total. Media televisi telah

mennjadi panutan baru (new religius) bagi kehidupan manusia. Tidak menonton televisi sama saja dengan makhluk buta yang hidup dalam keterasingan.

Pada akhirnya media televisi mampu menjadi alat atau sarana untuk mencapai tujuan hidup manusia, baik untuk kepentingan politik maupun perdagangan, bahkan mampu melakukan perubahan ideologi serta tatanan budaya manusia yang sudah ada sejak lama.

Seiring dengan perkembangan jaman, dunia pertelevisian di Indonesia berkembang pesat, yaitu dengan munculnya 11 stasiun televisi swasta yang mengudara, antara lain : RCTI, SCTV, TPI, ANTV, METRO TV, TRANS TV, GLOBAL TV, TV 7 yang pada akhir 2006 telah berganti nama menjadi TRANS 7, dan LATIVI yang pada tahun 2008 telah berganti nama menjadi TV ONE, ditambah dengan kehadiran TV lokal, seperti JTV, SBO TV, Arek TV, MNC TV yang merupakan stasiun lokal Jawa Timur.

Munculnya banyak stasiun televisi, membuat khalayak dihadapkan pada sebuah acara yang disajikan oleh para pengelola stasiun tersebut. Khalayak atau pemirsa akan lebih selektif dalam menonton suatu acara yang sekiranya sesuai dengan kebutuhan. Banyaknya pilihan program acara mengenai berbagai macam informasi-informasi yang aktual, baik lokal, nasional, maupun internasional yang meliputi berbagai bidang kehidupan yang ada di masyarakat, baik politik, ekonomi, sosial, budaya, hukum, dan lain-lain

Banyak kesamaan program acara yang ditayangkan baik oleh televisi yang berskala regional, nasional, maupun internasional. Salah satunya adalah

hiburan, setiap stasiun televisi memiliki tayangan hiburan baik yang berskala nasional maupun internasional.

Tayangan hiburan yang ringan dan tidak membutuhkan konsentrasi atau ketegangan, saat ini menjadi alternatif tayangan yang dianggap paling menguntungkan bagi media televisi. Hal tersebut selaras dengan salah satu fungsi media televisi sebagai media hiburan. Sebagai media hiburan, televisi menyediakan hiburan untuk pengalihan perhatian dan sarana relaksasi serta meredakan ketegangan – ketegangan sosial (Alatas, 1997 : 21). Hal ini membuktikan bahwa televisi telah hadir dengan segala acara yang berisi pesan-pesan pilihan dari pihak pengelola stasiun televisi sehingga menjadikannya salah satu media massa yang dibutuhkan oleh masyarakat

Program acara “Tahan Tawa” ini ditayangkan sejak 5 Maret 2012 setiap senin & selasa pk1 19.15 WIB dengan durasi +/- 60 menit itu cukup digemari pemirsa dan cukup populer. Program acara “Tahan Tawa” merupakan sebuah tayangan yang berisikan kejahilan (keusilan) isinya berupa practical joke yang sifatnya situasi atau yang menggunakan property untuk dapat mengerjai ataupun menjebak korbannya ke dalam situasi komedi yang pada akhirnya akan mengundang tawa

[.http://www1.transtv.co.id/frontend/home/view](http://www1.transtv.co.id/frontend/home/view)

Dalam tayangan “Tahan Tawa” timbul pro dan kontra terhadap tayangan tahan tawa di Trans Tv.

Salah satu pendapat pro :

Program acara yang masih tergolong baru di Trans Tv ini sudah selayaknya mendapat acungan jempol, kekreatifan dan inovasi yang ditampilkan jelas memberikan tontonan yang berbeda dari acara-acara sejenis sebelumnya.

Ternyata acara seperti ini seperti kompetisi, yang melibatkan 3 peserta (yang katanya artis) sebagai target tawa, dimana mereka disugahi pertunjukkan komedi yang dimainkan (oleh komedian katanya) dan para target tawa diharamkan tertawa selama show comedy tersebut berlangsung. Maka dengan susah payah para target tawa menahan diri untuk tetap serius dan tidak tertawa supaya dapat memenangkan perlombaan, ada yang berhasil tetapi juga ada yang gagal dan langsung terpingkal-pingkal walaupun tidak sampai terjungkal.

Sedangkan yang berpendapat kontra adalah :

Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) melayangkan Teguran Tertulis untuk program “Tahan Tawa” yang tayang di Trans TV. Dalam surat bernomor 414/K/KPI/067/12 yang dirilis pada 2 Juli 2012, KPI membeberkan pelanggaran yang dilakukan acara itu. Mengutip situs KPI, Jumat (6/7), pada tanggal 8 Juni 2012 mulai pukul 19.00 WIB menayangkan adegan yang menampilkan muatan yang melecehkan orang dengan orientasi seks dan identitas tertentu yang dilakukan oleh host dengan perkataan: "Lucu atau takut tadi, karena tenaga lelaki, tampilan perempuan, wajahnya setan". Pada program yang sama sebelumnya ditayangkan adegan tarian yang juga

melecehkan orang dengan orientasi seks dan identitas gender tertentu. Jenis pelanggaran ini dikategorikan sebagai pelanggaran atas perlindungan anak dan/atau kelompok masyarakat tertentu, perlindungan kepada anak, penggolongan program siaran, dan norma kesopanan yang disiarkan oleh lembaga penyiaran. <http://www.tabloidbintang.com/film-tv-musik/kabar/55942-candaan-host>

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang motif pemirsa Surabaya terhadap program acara “Tahan Tawa” di Trans TV. Tentunya motif antara satu individu dengan individu yang lain tidak ada yang sama sehingga aktifitas penggunaan media dan tujuan akhir yang diperolehpun tidak ada yang sama. Individu bebas memilih dalam memilih dan menggunakan media beserta isinya atau sumber-sumber rujukan lain untuk mencapai tujuan akhir yaitu untuk memenuhi kebutuhannya akan sebuah informasi dan hiburan beragam acara di televise yang menyajikan berbagai informasi, baik yang dikemas dalam bentuk formal maupun dikemas mengibur yang seolah menjadi alternatif pilihan bagi para pemirsa.

Pada penelitian ini, peneliti mengambil lokasi penelitian di Surabaya, karena wilayah Surabaya dapat menangkap dengan jelas siaran stasiun televisi swasta yang ada di Indonesia, selain itu faktor kepemilikan dan penggunaan media televisi di Surabaya relatif tinggi. Surabaya juga merupakan kota metropolis dengan jumlah penduduk terpadat setelah kota Jakarta (Sumber: BPS Surabaya 2008), selain itu masyarakat yang tinggal di Surabaya adalah masyarakat heterogen.

Objek dalam penelitian ini adalah para pemirsa yang berusia di atas 18 - 40 tahun keatas. Dipilihnya pemirsa yang berusia 18 - 40 tahun keatas sebagai responden karena segmentasi pemirsa Tahan Tawa adalah usia 18 tahun keatas, selain itu menurut Prof. Dr. M. Djawad Dahlan menyatakan bahwa secara psikologis pada masa tersebut merupakan permulaan awal masa dewasa, emosinya mulai stabil, pemikirannya mulai matang, dan bisa bersifat lebih bijak lagi untuk menanggapi suatu permasalahan yang ada di lingkungan sekitarnya.

Penelitian ini berkaitan erat dengan motif pemirsa dalam program acara Tahan Tawa, menurut pendapat Blumer, J. G dalam (Rakmat 2007:66). Motif meliputi motif kognitif, motif diversifikasi, dan motif identitas personal. unsur permasalahan terhadap acara Tahan Tawa di Trans TV antara lain :

- a. Motif Kognitif yang cenderung mengarah kepada keinginan khalayak untuk memuaskan rasa ingin tahu tentang informasi adegan lawakan yang disajikan Dengan menonton acara Tahan Tawa
- b. Motif Diversifikasi yang mendasari penonton untuk melepaskan diri dari permasalahan, bersantai, penyalur emosi dan mengisi waktu. Mungkin dengan menonton tingkah para selebritis yang terlihat konyol dan lucu saat melakukan adegan lawakan “Tahan Tawa” pemirsa dapat lepas dari kepenatan dan mendapatkan semangat baru untuk kembali beraktifitas.
- c. Motif Identitas Personal yaitu pemirsa diharapkan bisa mengeksplorasi semua potensi, kemampuan, bakat, citra diri, kepercayaan diri, dan nilai-nilai positif yang dimiliki pemirsa dengan menonton karena ingin

mendiskusikan tentang tampilan cerita maupun tokoh dalam lawakan Tahan Tawa.

Maka apakah motif pemirsa dalam pencapaian kebutuhan tersebut dapat terpenuhi melalui program-program acara televisi pada umumnya dan Trans Tv pada khususnya. Dengan kata lain, apakah dengan menonton program acara “Tahan Tawa” motif pemirsa dalam pencapaian kebutuhan dapat terpenuhi atau tidak.

Berkaitan dengan pemilihan dan penggunaan media massa pada penelitian ini maka teori yang digunakan pada penelitian ini adalah Uses and Gratification, inti dari teori ini bahwa khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan penggunaan dan pemenuhan kebutuhan. (Rakhmad, 2007 : 73).

Teori ini juga menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Jadi bobotnya pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus (Effendy, 2000 : 289).

Sesuai dengan pendekatan model Uses and Gratification model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri seseorang, tetapi model ini tertarik pada apa yang dilakukan seseorang pada media. Anggota khalayak atau pemirsa dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya dari sinilah timbul Uses and Gratification penggunaan dan pemenuhan kebutuhan (Rakhmat 2007:65).

Berdasarkan uraian diatas memunculkan suatu pertanyaan yaitu, apa yang menjadi motif pemirsa Surabaya menonton program acara “Tahan Tawa” di Trans Tv. Fenomena komunikasi inilah yang mendorong penulis untuk meneliti motif apa yang mendorong masyarakat Surabaya dalam menonton acara “Tahan Tawa” di Trans Tv.

1.2 Perumusan Masalah

Dari berbagai uraian berlandaskan latar belakang masalah diatas maka peneliti menetapkan suatu perumusan masalah adalah “Bagaimana motif pemirsa Surabaya dalam menonton program acara Tahan Tawa di Trans Tv ”

1.3 Tujuan Penelitian

Dari latar belakang permasalahan dan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah “ Untuk mengetahui motif pemirsa Surabaya dalam menonton acara Tahan Tawa di Trans Tv ”.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Memberikan sumbangsih kajian ilmu komunikasi mengenai penelitian Uses and Gratification khususnya tentang motif pemirsa menggunakan media massa pada umumnya dan media elektronik, khususnya program acara Tahan Tawa di Trans Tv, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan pada perkembangan dan pendalaman ilmu komunikasi terutama dalam bidang komunikasi massa dan lebih memahami teori-teori komunikasi massa,

2. Kegunaan Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta merangsang pihak lain yang akan mengadakan penelitian lebih lanjut, khususnya dalam bidang komunikasi massa.
- b. memberikan wawasan dan peningkatan pengetahuan remaja metropolis dan masyarakat Surabaya.